

# **Komunikasi Interpersonal Barista Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Barista  
di Klinik Kopi Yogyakarta)**

Dhevi Elsanda Aprilia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[Dhevielsandaa@gmail.com](mailto:Dhevielsandaa@gmail.com)

## **Abstrak**

Pengonsumsi kopi saat ini semakin meningkat dan kedai kopi yang hadir pesat di lingkungan masyarakat dengan berbagai macam inovasi untuk mendorong masyarakat untuk mengonsumsi kopi. Dengan mendukung petani di Indonesia, Firmansyah mendirikan kedai kopi di Gang. Bima Jl. Kaliurang KM 7,5 Yogyakarta dengan biji-biji kopi yang didapatkan langsung dari petani-petani kopi Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana inovasi dan analisis komponen komunikasi interpersonal yang dilakukan barista Klinik Kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya dan menggunakan teori Suranto AW. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Salah satu yang menjadi keunikan adalah inovasi pelayanan yang berbeda, yaitu pelayanan menggunakan nomor antrean dan tanpa menu. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi barista, dan sebagian pengunjung.

Klinik Kopi yang sudah berdiri hampir 7 tahun lamanya, tidak menargetkan pelanggannya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komponen komunikasi interpersonal yang dibangun untuk mempertahankan pelanggan sudah

sesuai dan tercangkup dalam kegiatan pelayanan barista dengan pelanggan. Komunikasi menjadi hal utama dalam inovasi pelayanan di Klinik Kopi, sehingga pengunjung dapat teredukasi tentang kopi.

**Kata Kunci : Komponen Komunikasi Interpersonal, Barista, Loyalitas Pelanggan, Klinik Kopi**

*Interpersonal Communication of Barista's in Maintaining Customer Loyalty*

*(A Qualitative Descriptive Study Communication of Barista in the Klinik Kopi Yogyakarta)*

*Dhevi Elsanda Aprilia*

*University of Mercu Buana Yogyakarta*

[Dhevielsandaa@gmail.com](mailto:Dhevielsandaa@gmail.com)

***Abstract***

*Coffee consumption is currently increasing and coffee shops are present rapidly in the community with a variety of innovations to encourage people to consume coffee. By supporting farmers in Indonesia, Firmansyah established a coffee shop in Gang. Bima Jl. Kaliurang KM 7.5 Yogyakarta with coffee beans obtained directly from Indonesian coffee farmers.*

*This study aims to find out how the innovation and analysis of interpersonal communication components performed by the Klinik Kopi barista in maintaining customer loyalty and using Suranto AW theory. The method used in*

*this research is descriptive qualitative. One thing that is unique is the different service innovations, namely services using queue numbers and without menus. Data collection was carried out by observation, interview, and documentation of the barista, and some visitors.*

*Klinik Kopi which has been established for almost 7 years, does not target its customers. The results of this study indicate that the interpersonal communication component that was built to retain customers was appropriate and included in barista service activities with customers. Communication becomes the main thing in service innovation at the Klinik Kopi, so visitors can be educated about coffee.*

***Keywords: Interpersonal Communication Components, Barista, Customer Loyalty, Klinik Kopi.***